



ГБОУ ДПО «ПРОФЕССИОНАЛ»



ОНЛАЙН-ПРОФЕССИОНАЛ: ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СЕТИ

- Проектная деятельность
- Копирайтинг и рерайтинг
- Визуализация
- SMM
- Итоговая аттестационная работа

Преподаватель-тьютор
Осетрова Мария Николаевна

- *Конечно, приятно получать заказы из сети интернет, но это не самоцель*
- *Социальные медиа – это не каналы прямых продаж, это каналы коммуникаций с целевой аудиторией*
- *Надо вызвать интерес к своему проекту, завоевать доверие подписчиков и говорить о том, что их волнует и вызывает эмоциональную реакцию*



РАБОТА В РЕЖИМЕ МНОГОЗАДАЧНОСТИ

Наши реальности!

2 апреля 2021 - hh.ru,

Сделали подборку вакансий для SMMщиков:

1. SMM-Кризэйтор* в Веб-Агентство Текстerra, от 70 000 руб. до вычета налогов:
<https://vk.cc/aAQkY6>
2. SMM-менеджер в Mustang Professional, от 60 000 до 90 000 руб. до вычета налогов:
<https://vk.cc/aAQkZQ>
3. SMM-контент менеджер в ООО ОганСпорт, от 25 000 руб. на руки:
<https://vk.cc/aAQlOT>
4. SMM-копирайтер в R A D A R Advertising, от 30 000 до 60 000 руб. на руки:
<https://vk.cc/aAQl3x>
5. Таргетолог VK (SMM-менеджер) в Europe Hair , от 80 000 руб. на руки:
<https://vk.cc/aAQl5g>

Все вакансии на удалёнке: <http://pos.li/274scl>

* Человек, отвечающий за разработку и воплощение новых рекламных идей...

ПРИМЕР «свежей вакансии»

□ SMM-Криэйтор - от 70 000 руб. до вычета налогов...

Обязанности:

- Создание креативного контента для клиентских социальных сетей (Instagram, Facebook, TikTok, VK, «Одноклассники»);
- Генерация креативных идей и подходов для продвижения в соцсетях;
- Формирование контент-планов;
- Контроль реализации креативных идей сотрудниками агентства (курирование работы пикчеров, копирайтеров, маркетологов и т. п.);
- Анализ эффективности опубликованного контента и рекламных активностей;
- Подготовка стратегий SMM-продвижения и их защита перед клиентами;
- Участие во внутренних проектах агентства.

Требования:

- Креативное и образное мышление.
- Знание трендов и тенденций в сфере SMM.
- Умение создавать контент, который будоражит аудиторию.

Будет круто, если вы:

- Имеете профессиональный опыт в сфере SMM и маркетинга;
- Готовы с головой погружаться в сложную, незнакомую вам тематику клиентского бизнеса и ставить себя на место клиента и его ЦА;
- Обладаете чувством прекрасного и разбираетесь в визуальной культуре. Вообще супер, если вы сами умеете работать с визуалами;
- Имеете развитое чувство юмора и высокий уровень энергии.

Важно: если эта вакансия вас заинтересовала, нужно будет выполнить креативное тестовое задание. Наличие ссылок на портфолио в резюме приветствуется.

ПРИМЕР «свежей вакансии»

☐ Менеджер интернет – проектов от 60 000 до 90 000 руб. до вычета налогов

Требуемый опыт работы: 1–3 года

Полная занятость, удаленная работа

Что для Вас SMM? Если Вы считаете , что это сочетание креатива и постоянного движения, то Вы нам практически подходите. Мы это Parimir - это в первую очередь мощное раскрытие Вашего потенциала. У нас нет бюрократии и тормозов, которые будут останавливать наше общее развитие. Мы производим и продаем парикмахерские инструменты, электронику и аксессуары. Имеем собственную ТМ и розничные магазины.

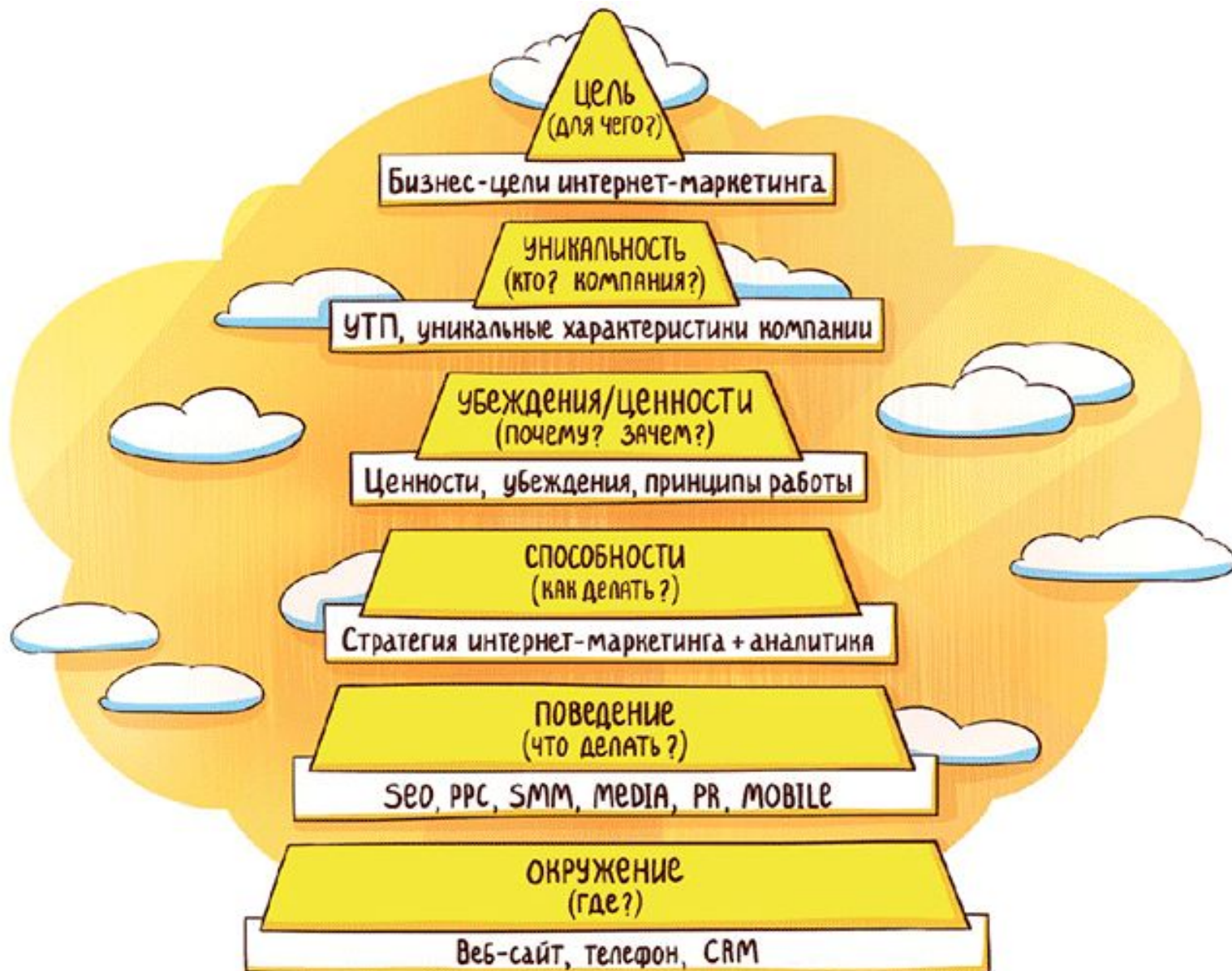
И хотим себе в команду SMM специалиста , который хочет двигаться вперед

Основные задачи:

- 1) Ведение Instagram аккаунтов
- 2) Генерация уникального контента.
- 3) Личное участие в съемках и ивентах (съемка фото и видеоматериалов)
- 4) Регулярное привлечение целевой аудитории и анализ вовлечённости, рост количества посетителей, подписчиков, участников групп. Отчётность и системность.
- 5) Создание и размещения контента на тематических порталах и информационных досках. Анализ конкурсов
- 6) Взаимодействие с фотографами в других городах
- 7) Поиск блогеров и лидеров мнений, ведение базы контактов
- 8) Анализ конкурентов в соц.сетях.
- 9) Работа над репутацией и имиджем компании
- 10) Подтверждённый опыт работы (портфолио)

От себя мы предлагаем максимально комфортные условия, без обязательной привязки к офису. У нас есть собственное оборудование для съёмки. Ну и главное молодые и креативные руководители.

Внимание, для тех кто прочитал до конца. Напишите о своих успешных кейсах. Что не смогли реализовать , что в планах. Плюсом будет небольшой аудит страницы. Ждём Вас в нашу команду!



Цель
(для чего?)

Бизнес-цели интернет-маркетинга

УНИКАЛЬНОСТЬ
(кто? компания?)

УТП, уникальные характеристики компании

УБЕЖДЕНИЯ/ЦЕННОСТИ
(почему? зачем?)

Ценности, убеждения, принципы работы

СПОСОБНОСТИ
(как делать?)

Стратегия интернет-маркетинга + аналитика

ПОВЕДЕНИЕ
(что делать?)

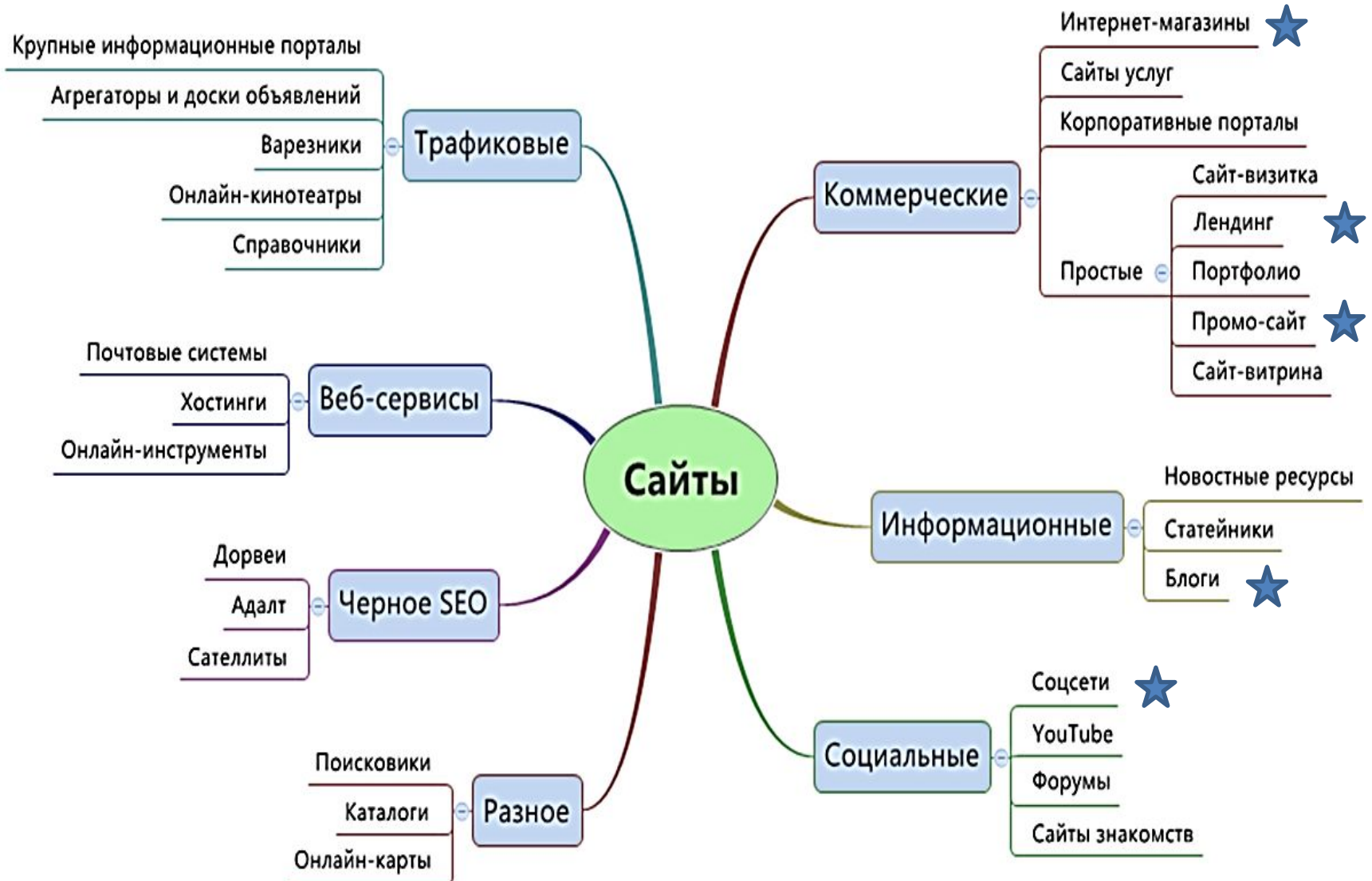
SEO, PPC, SMM, MEDIA, PR, MOBILE

ОКРУЖЕНИЕ
(где?)

Веб-сайт, телефон, CRM

Классификация сайтов

https://altblog.ru/vidy_sajtov/



Создание сайта. Виды сайтов

Сайт — это набор страниц в интернете, позволяющий пользователю получить определённую информацию, либо осуществить действие — например, заказать товар и услугу. Состоит из одной либо нескольких логически связанных между собой страниц, объединённых дизайном, общей тематикой и гиперссылками.

- Информационный сайт
- Интернет-магазин или сайт – каталог
- Лендинг пейдж <https://tilda.cc/ru/madeontilda/>
- Квиз

-
- Сайт – визитка
 - Портфолио
 - Аккаунт
 - Промо-страница
 - Бизнес-страница



НЕТОЛОГИЯ – университет интернет – профессий

<https://netology.ru/free>

Информационный сайт психолога

https://www.annaseregina.com/?gclid=Cj0KCQjw9_mDBhCGARIsAN3PaFO-o3Whzp_m075WftsEbKclO9dS-PtCOoDUXhqu0aJWWmEltvtaHN4kaAiauEALw_wcB

Информационный сайт

- Информационный сайт - это сайт компании или персональный сайт. Такой сайт предназначен для презентации компании, услуг/товаров, мероприятий, персоналий.
- Имеет текстовые страницы, рассказывающие о компании и описывающие услуги, которые оказывает компания или физическое лицо.
- Изредка можно встретить возможность продажи услуг онлайн, но отсутствуют фильтры товаров и “корзина”.
- Информационные сайты - самые распространенные сайты в интернете.

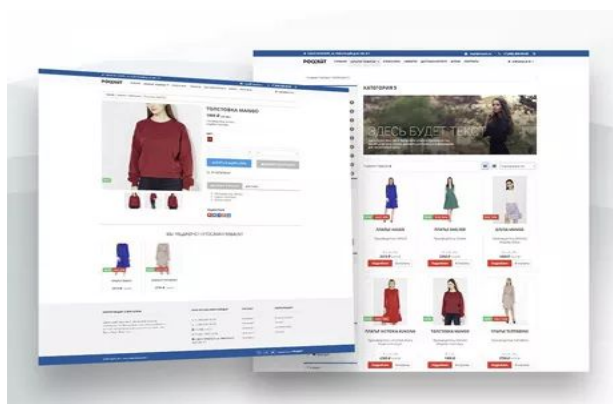
<https://tilda.education/#video>

Интернет – магазин пельменей

<https://pro-lepim.com/?ref=https://tilda.cc/ru/madeontilda/>

Интернет-магазин или сайт - каталог

- Такой сайт предназначен для презентации и продажи товаров. На нем помимо текстовых страниц присутствует лента и карточка товаров.
- В ленте товаров есть фильтр, который позволяет сортировать продукцию по различным параметрам.
- Отличие интернет-магазина от каталога заключается в наличии на сайте “корзины” и онлайн-оплаты: в каталоге весь этот функционал отключен, и вместо него стоит форма обратной связи.



Интернет – магазин

<https://vk.com/nonton> - Магазин мебели



ДРОПШИППИНГ

Дропшиппинг – это прямая поставка от поставщика конечному клиенту. Т.е. интернет-магазин может продавать товары, не имея их у себя на складе и никогда с ними вообще не соприкасаясь. Иными словами, ваша задача прорекламирровать товар и получить реальный заказ, далее вы этот заказ передаете поставщику (который работает по дропшиппингу) и он осуществляет все оставшиеся процессы. После чего, поставщик отчисляет вам процент от сделки. Грубо говоря, разницу между оптовой ценой и ценой продажи.

Продажи по дропшиппингу - эта модель кажется очень хорошей для старта своего бизнеса. Ведь чтобы начать, совершенно не нужно закупать товар на склад и заморачиваться доставкой его клиенту, кассовым сопровождением и так далее. Все, что нужно – это иметь сайт интернет-магазина или даже обычный лендинг и просто рекламируя товар в интернете, класть в свой карман разницу между оптовой ценой и ценой продажи.

Зеленые спл поставщика.

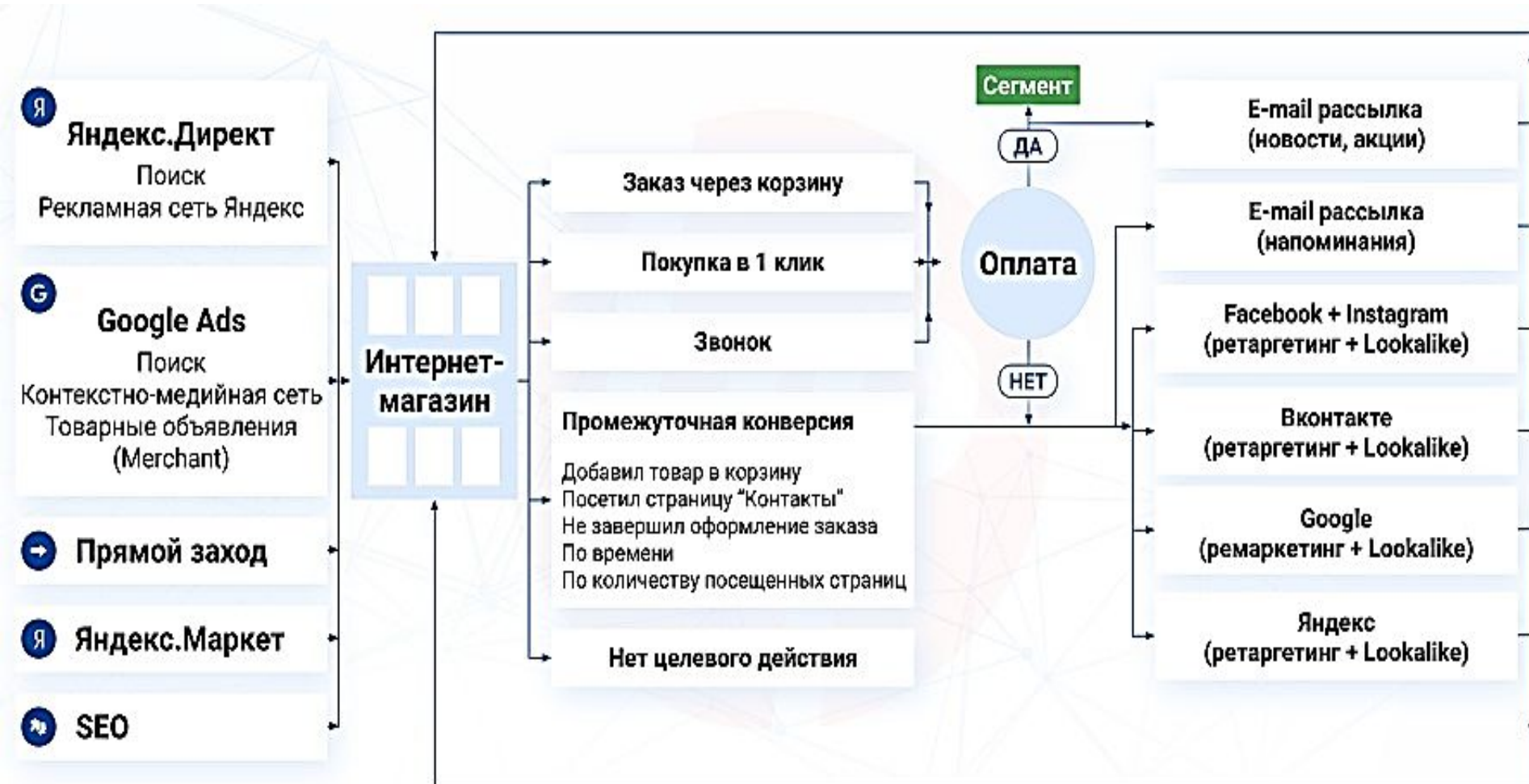
– это работа



Интернет – магазин в соцсетях

https://vk.com/app638461_328518598

https://www.instagram.com/provence_box/?r=nametag



<https://color.adobe.com/ru/create>



Создание сайта – лендинга

<https://tilda.cc/ru/tpls/>

Лендинг пейдж

Лендинг (от англ. Landing page), также называемый «посадочная страница» или «страница захвата лидов», — это одностраничный сайт, который идеально подходит, чтобы донести четко обозначенную мысль до аудитории.

- *Лендинг пейдж предназначен для презентации одной услуги, товара или персоны.*
- *Сайт состоит всего из одной веб - страницы и позволяет сконцентрироваться на преимуществах конкретной услуги или товара.*
- *Лендинг побуждает посетителя сайта обратиться в компанию или оставить свои контактные данные, чтобы с ним могли связаться.*

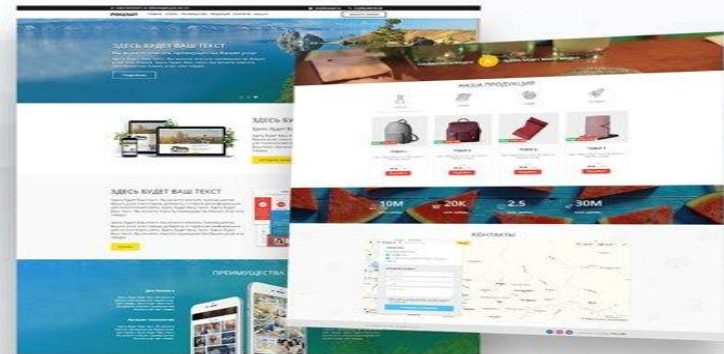
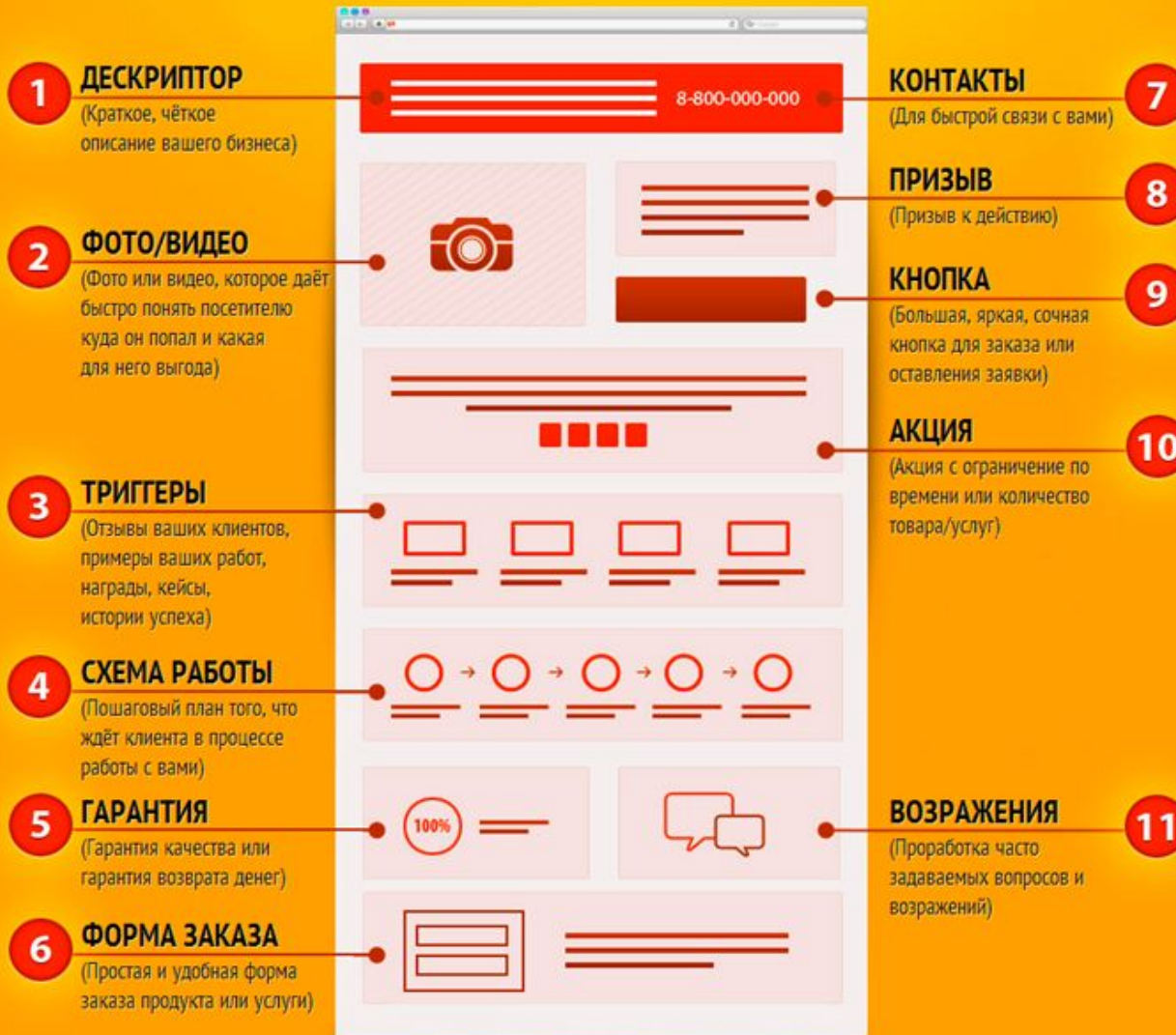


Схема лендинга



SEO- ОПТИМИЗАЦИЯ



SEO - это улучшение сайта, которое позволяет ему выйти на первые страницы поисковиков.

1. Многофакторный аудит сайта
2. Составление исчерпывающего семантического ядра, аналитика.
Семантический анализ (Семантика – наука, изучающая отношение между знаком и означаемым).
3. Разработка стратегии маркетинга и под нее - создание контента и наполнение сайта



НЕПОИСКОВАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ

- **Анализ контента страниц конкурентов**, которые занимают топовые позиции в Google. Цель анализа — собрать LSI подсказки и вычлениить наиболее важные для использования их в своих текстах.
- **Лингвистический анализ** (использование эпитетов, психологических ассоциаций, манипулятивных приемов и т.д.)
Большое значение имеет определение и посев ключевых слов/фраз, создание

Поступательные шаги маркетинговых действий в сети

ПРОДУКТ

ЦА

КОНКУРЕНТЫ

МАТРИЦА КОНТЕНТА

- РУБРИКАТОР КОНТЕНТА. КОНТЕНТ - ПЛАН

СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ

СОЗДАНИЕ И ОФОРМЛЕНИЕ ПЛОЩАДОК

РЕКЛАМА

*(прямая, контекстная, нативная,
таргетированная и т.д.)*

СКВОЗНАЯ АНАЛИТИКА

Работаем с Wordstat

- Многие люди не знают, как работать с трендами в интернете, где их искать. Перед тем, как начинать бизнес не знают, где посмотреть будет ли этот бизнес вообще популярен и нужен ли он. Работать мы будем со специальным сервисом по сбору поисковых запросов пользователей Яндекса [Вордстатом](https://wordstat.yandex.ru/).
- <https://wordstat.yandex.ru/>
- После авторизации можем пользоваться сервисом. Просмотр данных поисковых запросов нам доступен во вкладке «По словам»
- В интернете уйма сервисов и способов для сбора семантического ядра, а также искусственного его создания. Мы не будем создавать велосипед, а соберем семантику просто и бесплатно. Для того, чтобы нам собрать нашу семантику, первым делом мы скачиваем с официального сайта Яндекса [Директ Коммандер](https://yandex.ru/promo/commander/new?from=dirface14) последней версии. <https://yandex.ru/promo/commander/new?from=dirface14> и инструкции по его использованию...

Социальные сети - социальная структура, состоящая из группы людей и связей между ними, это не только сайты в интернете, а любые сообщества людей связанные общими интересами. Термин был введён в **1954** году социологом из «Манчестерской школы» **Джеймсом Барнсом** в работе «Классы и собрания в норвежском островном приходе».





Рис. 3. Место Интернет-рекламы в комплексе маркетинговых коммуникаций

SMM

SMM (social media marketing) — один из инструментов интернет-маркетинга. Суть SMM — привлечение клиентов из социальных сетей.

Для чего нужны соцсети:

- **Генерируют и продвигают контент.** Это могут быть статьи из блога, новости из сферы компании, видео для Youtube или анонсы новых товаров в Instagram.
- **Реагируют на инфоповоды.** Компании часто выражают своё мнение на счёт важных событий в своей сфере бизнеса или принимают участие во флешмобах.
- **Запускают рекламные объявления.** Для этого нужно правильно выбрать аудиторию, настроить рекламу и рассчитать бюджет. Иногда для этих



ВКонтакте

В период самоизоляции и карантина вырос интерес к онлайн-сервисам для общения, получения новостей, и развлечений, обучения.

• Увеличилось на 41% количество просмотров видео по сравнению с прошлым годом.

• Из последних новинок:

- контекстный таргетинг - позволяет более точно находить целевого пользователя путём тонкой настройки под отдельные запросы (система учитывает действия пользователей всех проектов Mail.ru Group и ВКонтакте - поиск, переход в сообщества, просмотр товаров и др.);

-«вечные» СРМ ("цена за тысячу показов") объявления - минимизируют работу по перезапуску объявлений в рамках рекламных кампаний (<https://support.google.com/adSense/answer/18196?hl=ru>).

• Создание лендинга из сообщества.

• Система новостных оповещений – LIVE (Все о Вконтакт.иБ (<https://vk.com/live>))

ВКонтакте, данные по России

Авторов
30 731 600

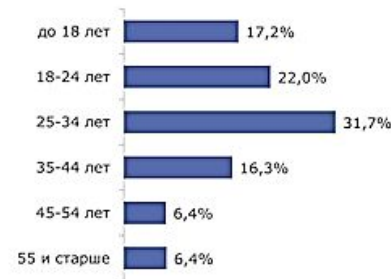
Сообщений
556 379 900



Ноябрь 2019 | Brand Analytics



Возраст (указан у 43,37% авторов)



- ❑ «ВКонтакте», на конец 2020 года, 74 млн пользователей
- ❑ Мобильная аудитория соцсети в 61,6 млн человек (что на 7,4% больше, чем в прошлом году)
- ❑ Бизнес во «ВКонтакте» ведут около 1 млн компаний
- ❑ По данным исследования Data Insight, в 2020 году «ВКонтакте» занимала первое место среди соцсетей по объёму b2c и c2c-сделок и первое место по доле покупателей среди остальных социальных каналов.



Типы аккаунтов в ВК

Сообщества социальной сети ВК:

1. *Бизнес*
2. *Тематическое сообщество*
3. *Бренд или организация*
4. *Группа по интересам*
5. *Публичная страница*
6. *Мероприятие*

Сообщество ВКонтакте

Публикуйте материалы разных форматов, общайтесь с читателями, изучайте статистику и подключайте монетизацию. Для начала выберите тип сообщества.



Бизнес

Кафе, магазин, фитнес-клуб, банк, кинотеатр, мастерская



Тематическое сообщество

Новости и афиши, развлечения, тематические блоги и СМИ



Бренд или организация

Товар, фильм, компания, учебное заведение, благотворительный фонд



Группа по интересам

Учебная группа, тайное общество, объединение по интересам



Публичная страница

Музыкальный коллектив, общественное движение, блогер, спортивная команда



Мероприятие

Концерт, день рождения, выставка, вечеринка, мастер-класс, конференция



Публичная страница

- **Публичные страницы, или паблики** (от англ. public page) чаще всего используют те, кто публикует контент от лица компании или известной личности.
- Публичная страница **не может быть закрытой**: она доступна всем пользователям и вступить в неё могут все желающие. Единственное, такой тип сообщества **не даёт возможности приглашать своих друзей**.
- Публичная страница **отображается на личной странице** пользователей (если не применены настройки приватности) в блоке «Интересные страницы».
- Если вы ошиблись с выбором и хотите изменить тип сообщества (сделать публичную страницу группой и наоборот), то эта опция возможна, но **не чаще одного раза в месяц**. Если же вы создали мероприятие, то, увы, тип сообщества уже изменить нельзя.
- **Лучше изначально выбрать правильный тип сообщества**, так как его смена – это далеко не самый приятный процесс для вас и ваших подписчиков. Например, часто бывает такая ситуация: у вас группа и количество участников больше 10 000 человек, вы меняете тип сообщества на публичную страницу, но при смене она не отображается у ваших подписчиков в блоке «Интересные страницы». Для того, чтобы исправить это, всем (!) вашим подписчикам нужно будет переподписаться. Согласитесь, это не очень удобно.

Секрет популярности — в позитивных эмоциях

36 % пользователей открывают Instagram, чтобы убить время

Инстаграм



Какие эмоции испытываем при просмотре ленты?



Зачем открываем Instagram?



На какие сферы жизни Instagram положительно повлиял?

- Instagram продолжает расти как **одна из самых популярных социальных сетей во всех возрастах, местах и брендах**. Он имеет обширную базу пользователей и может похвастаться более высоким уровнем вовлеченности пользователей, чем любая другая социальная платформа.
- Instagram теперь **имеет более, чем 1 миллиард активных пользователей**.
- Аудитория соцсети в России к 2021 выросла на 9,7% по сравнению с 2018. **Активнее всего число пользователей растет в Москве (+ 22%)**, проникновение в Санкт-Петербурге выросло на 17%. Источником роста остаются города-миллионники.
- За год **доля подростков снизилась на 3,7%**, доля группы **25-34 лет увеличилась почти в два раза - до 41,4%** пользователей, а **доля аудитории 55+ упала на 1,4%**.
- Женская аудитория растет быстрее мужской (разница в росте +2 млн пользователей). Соотношение по полу почти не изменилось (**43% мужчин и 57% женщин**).



Факты об Инстаграм

- В целом рост Инстаграм замедляется, снижается вовлеченность, но при этом платформа остается одним из самых эффективных каналов продвижения в сети.
- Потенциальный рекламный охват Инстаграм в мире - 849,3 миллиона человек.
- По данным Instagram на начало 2021 года, рекламная аудитория соцсети охватывает 45,8 % населения России старше 13 лет. Это на 3,7% (2 миллиона пользователей) больше, чем кварталом ранее. При этом 60,7% аудитории Instagram в России — женщины, а 39,3% — мужчины.
- Доход от рекламы в Instagram за 2020 год составил 2019 миллиардов долларов.
- Видео посты имеют самый высокий общий уровень вовлеченности - на 38 процентов выше, чем посты с изображениями).
- По объему онлайн-трат и рекламе в Инсте самые популярные категории у россиян в 2021 году — путешествия, электроника, мода и красота, мебель, игрушки. За прошлый год объем покупок ожидаемо сильно снизился в категории путешествий — на 57%. Зато в остальных категориях наблюдается рост.
- Средний пост в Instagram 10.7 хэштегов.



Тренды Инстаграм 2021 года

Социальная сеть Инстаграм постоянно меняется. Но какие изменения ожидают Инстаграм (IG) в 2021 году: какие темы, приёмы, действия помогут «раскрутить» бренд, популяризовать продукцию компании, оповестить о ней целевую аудиторию.

- ❑ **Аутентичный контент.** Лидеры мнений и бренды получили большее количество подписчиков, размещая необработанные, правдивые сообщения. Чем достовернее выглядит пост, тем больше пользователей выражают ему своё одобрение. Но следует соблюдать баланс «подлинности» и качества размещаемых материалов.
- ❑ **Лидеры мнений.** Культовые персоны оказывают большое влияние на пользователей Инстаграм. Огромное количество подписчиков следят за тем, что покупает значимое для них лицо, где предпочитает отдыхать, его мнения по многим вопросам. Но нано- или микро-инфлюенсеры, имеющие 100 или 1000 подписчиков, могут привлечь большее внимание ЦА, чем читаемые блогеры. Это происходит за счёт того, что мелкие адвокаты бренда отвечают на комментарии и вопросы, имеют влияние на максимально труднодоступные категории пользователей.
- ❑ **Дополненная реальность.** Уже сейчас в Инстаграм можно создавать собственные маски. Прогнозируют, что процесс использования AR-механизмов начнёт бурно развиваться в 2021 году.
- ❑ **Текстовый контент.** Сегодня информация, размещаемая в IG, не может превышать 2 200 знаков. Это трудно назвать полноценной статьёй. В 2021 IG позволит размещать в основной ленте полноценные лонгриды, обзоры, рейтинги. Аккаунт IG будет напоминать лендинг или сайт. Вся «движуха» – текущие предложения, видео – будет перенесена в stories.
- ❑ Продолжение интеграции с Facebook. FB переживает спад, поэтому сейчас в нём размещаются наиболее интересные Stories и посты из IG. И в дальнейшем сближение этих сетей, внедрение IG-инструментов в FB продолжится.



Основные типы аккаунтов в Инстаграм

Цели присутствия в соцсети могут быть разными, но их все-таки можно объединить в группы:

- *продажи онлайн товаров и услуг;*
- *создание сообществ и групп для единомышленников (хотя в ВК, Fb и Телеграмм больше возможностей для ведения таких сообществ);*
- *реклама личного бренда компании, воспитывающая лояльность клиентов;*
- *привлечение и получение новых подписчиков, которые впоследствии станут покупателями.*
- *потребление чужого контента, товаров и услуг (это цель рядового пользователя, который не имеет бизнеса в Инстаграм)*
- В Instagram представлено несколько видов аккаунтов по целям деятельности: **«Личный»**, **«Бизнес»** и **аккаунт «Автора»**.
- Кроме того выделяются с точки зрения инструментов сбора комьюнити и функционалу: **Личный Блог**, **Instagram Блог**, **Селебрити**, **Витрина**, **Траффик Аккаунт**, **Боты ...**



6 публикац... 46 подписчи... 1 подписки

Подписаться



il



4157 102k 7097

публикац... подписч... подписки

Связать...

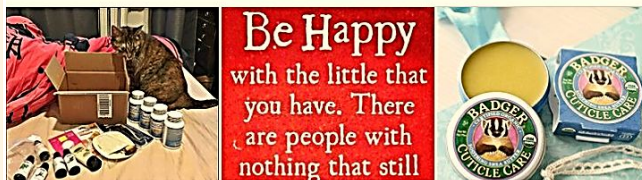
Подпис...



Health/Beauty

See something you like in our feed? Click the following link to make a purchase.

ПОКАЗАТЬ ПЕРЕВОД
www.tapit.to/il



В магазин Открыть



nikifor



190 322 76

публикац... подписч... подписки

Подписаться



Nikifor

г. Якутск, Республика Саха (Якутия), Россия.



FACEBOOK

Данные по России



ЕЖЕМЕСЯЧНАЯ АУДИТОРИЯ*

(количество человек, заходивших на сайт хотя бы 1 раз за месяц)

24 241 000

АКТИВНЫХ АВТОРОВ**

(хотя бы 1 публичное сообщение за месяц)

761 100

ПОЛ АВТОРОВ**



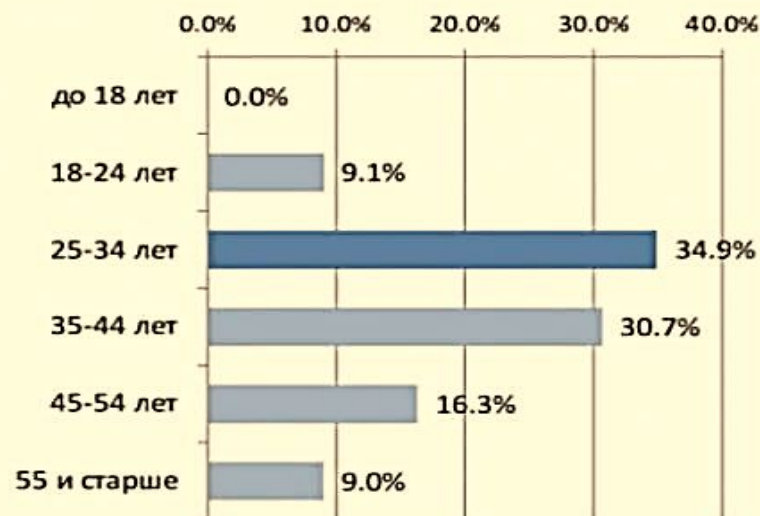
46,2%



53,8%

ВОЗРАСТ АВТОРОВ**

(возраст указан у 3,6 % авторов)



Фейсбук





Тренды FB в 2021 г.

- **Реклама в ленте новостей.** Facebook — одна из лучших социальных сетей для маркетинга, и важно знать не только ее тренды, но и рекламную тактику других брендов.
 - **Пользовательский контент.** Созданный пользователями контент всегда был одной из самых эффективных и популярных форм маркетинга. Большую часть этого года студии продакшена и звукозаписи были закрыты, и возможности компаний создавать видео были ограничены. Из-за этого брендам пришлось искать альтернативы, и пользовательский контент начал быстро набирать популярность.
 - **Поддержка малого бизнеса.** Малый бизнес особенно пострадал от экономического спада, вызванного пандемией. Согласно [недавнему опросу](#), практически каждое третье предприятие малого и среднего бизнеса называет одной из главных проблем **ограничение доступа к кредитам.**
- Онлайн-шоппинг.** Поэтому в начале 2020 года Facebook запустила сервис Facebook Shops, который позволяет продавцам создавать собственные интернет-магазины. Его задача — «вдохновить людей на шопинг и упростить покупку и продажу онлайн». Можно ожидать, что в следующем году все больше компаний будут применять Facebook Shops в качестве дополнительного канала продаж и использовать преимущества базы из 2,6 млрд пользователей.

Главные достижения

+17%

Рост мобильной аудитории ОК

+59%

Рост уникальных пользователей игр в iOS

+50%

Рост уникальных пользователей игр в Android

+29%

Рост уникальных пользователей видео

x2,8

Рост количества видеотрансляция в день

+33%

Рост загрузок видео

x133

Рост гифок

~1 млрд

гифок в сутки просматривают пользователи



Одноклассники

Старики и старушки...

ОДНОКЛАССНИКИ

Дата основания
март 2006

Пропуск на работу

На «Одноклассниках» сидят взрослые люди. Именно там вы, скорее всего, найдете бухгалтера вашей организации или, допустим, детского библиотекаря. Дома у него интернета, скорее всего, нет, поэтому он читится и выкладывает фоточки на работе. Начальник его по этому поводу рвет и мечет, доступ к сайту все чаще блокируется — потому что на работе надо работать, а не кадриться к Пашке из 7-Б» (выпуск 1978 года). Почему-то именно «Одноклассников» на рабочем месте блокируют чаще всего.

60%
МОСКВИЧЕЙ

20% жителей других городов России

20% россиян, живущих сегодня за границей

Презерватив Первый раз на «Одноклассниках» заходят, чтобы посмотреть, как сейчас выглядит первая школьная любовь. Очень быстро выясняется, что у любви трое детей, скучная работа, постылый муж/жена и она совершенно не прочь была бы вспомнить юность и слегка поджечь. Наши корреспонденты свидетельствуют: первая успешная русская социальная сеть превратилась в место жесткого и циничного съема. Не забывайте предохраняться.

Главные адреса

odnoklassniki.ru
odnoklassniki.ru — его парнокопчен
odnoklassniki.com.ru — еще один класс
vkontakte.ru — упрямый мейкер

Мобильный телефон

«Однокласснику» нужен для того, чтобы посылать эсэмэсочки. Сначала нужно заплатить денег, чтобы зарегистрировать аккаунт. Дальше начинается монетизация трафика: можно заплатить за хорошие оценки для своих фотографий, заплатить за большее количество этих фотографий, заплатить за то, чтобы стать невидимкой, чтобы другие пользователи не видели, что вы заходили к ним в гости. Без мобильного телефона «Одноклассники» почти не имеют смысла.

Число пользователей
30 МИЛЛИОНОВ

46,7% мужчины
53,3% женщины

43,4% имеют высшее образование

Возраст основных пользователей
25-34 года

51,3% состоят в браке

Дешевая мыльница

Главный прикол «Одноклассников» — фоточки. Их нужно выкладывать, чтобы вновь найденные старые друзья могли выставлять оценки. Выше всего ценятся фотографии у бассейна турецкого отеля, а также фотографии с детьми. Внимание: выкладывать фотографии детей отдельно от родителей нельзя — злой модератор их, вероятнее всего, удалит.

В среднем в день пользователь проводит здесь
33 мин. 32 с

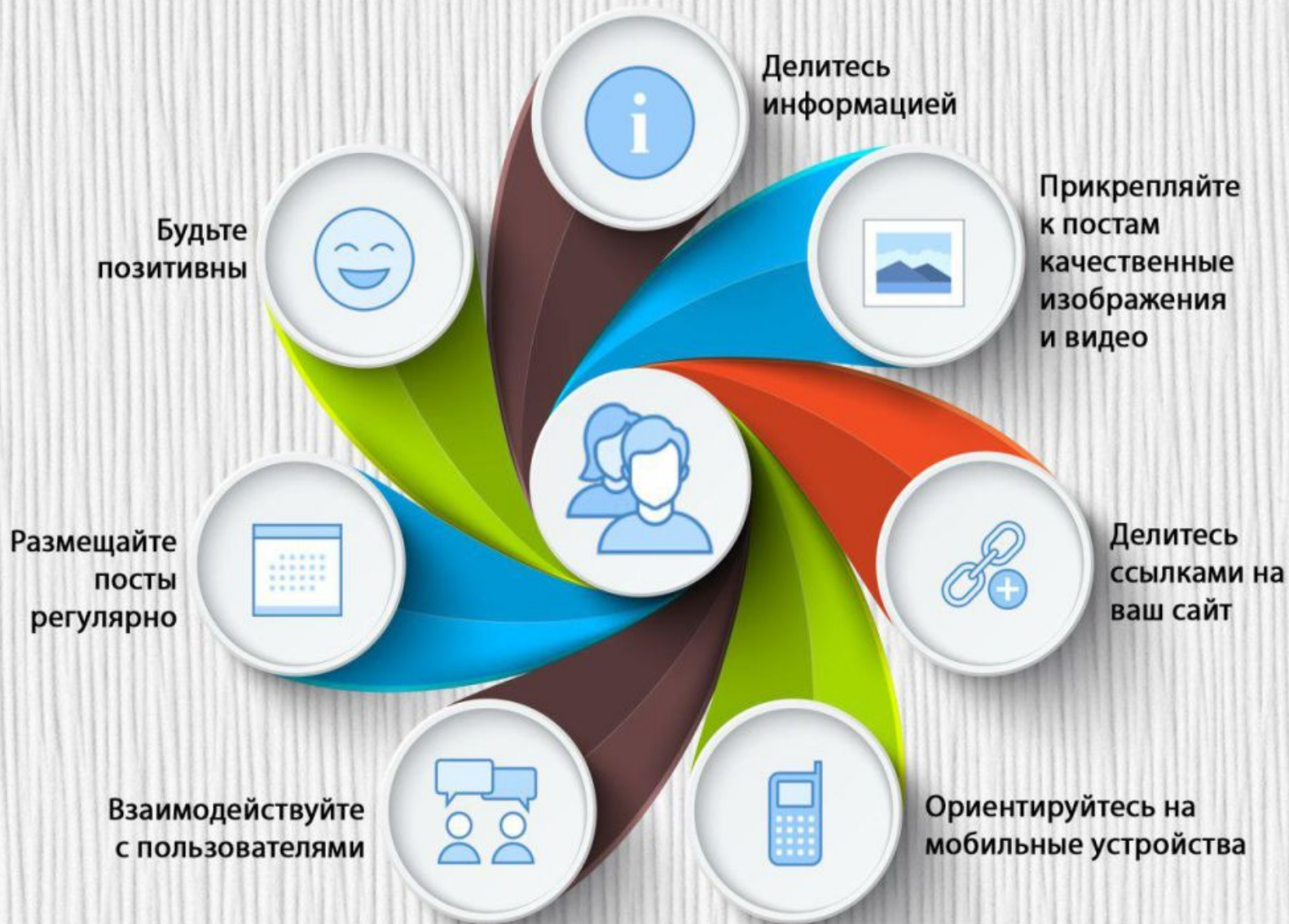




- **Блог** (англ. **blog**, от «**web log**», «**сетевой журнал или дневник событий**») — это веб-сайт, основное содержимое которого — регулярно добавляемые записи, изображения или мультимедиа. Для блогов характерны недлинные записи временной значимости, отсортированные в обратном хронологическом порядке (последняя запись сверху). Отличия блога от традиционного дневника обуславливаются средой: блоги обычно публичны и предполагают сторонних читателей, которые могут вступить в публичную полемику с автором (в отзывах к блог-записи или своих блогах).
- **Блóгерами** называют людей, ведущих блог. Совокупность всех блогов Сети принято называть блогосферой. По авторскому составу блоги могут быть личными, групповыми (корпоративными, клубными...) или общественными (открытыми). По содержанию — тематическими или общими.
- **Блогофотограф** — человек, размещающий продукты своего фотографического творчества в личном или групповом блоге (фотоблоге) и не стремящийся найти никакого другого применения своим фотографиям.
- Для блогов характерна возможность публикации отзывов (т. н. «комментариев», комментов) посетителями. Она делает блоги средой сетевого общения, имеющей ряд преимуществ перед электронной почтой, веб-форумами и чатами.

- Личный (авторский, частный) блог — ведётся одним лицом (как правило его владельцем).
- «Призрачный» блог — ведётся от имени чужого лица неустановленной персоной.
- Коллективный или социальный блог — ведётся группой лиц по правилам, определяемым владельцем.
- Корпоративный блог — ведётся сотрудниками одной организации.
- Тамблелог - это разновидность блога, с тем отличием, что запись в тлоге может быть только определённого формата (цитата, видео, ссылка, песня, разговор и т. д.). Это нечто вроде обычного блога, но в отличие от него, эта система ведения записей и заметок больше походит не на дневник, а на черновик или записную книжку.
- Сплог — спам-блог.

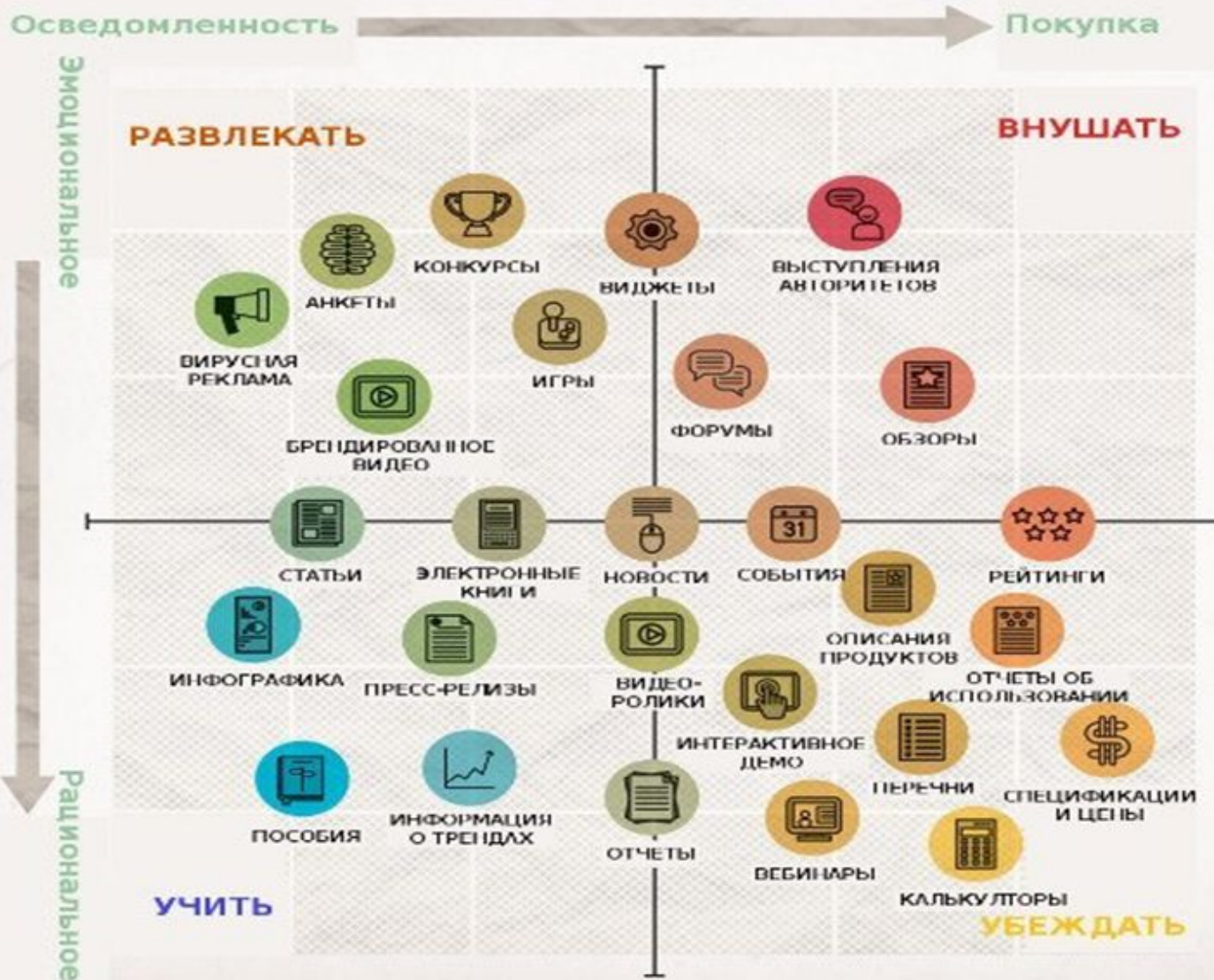
КАК ПИСАТЬ ПОСТЫ ДЛЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ



Соотношение контента

40% — вовлекающий; 30% — пользовательский; 25% — обучающий; 5% — рекламный

МАТРИЦА КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГА



	Время	Стиль поста	Описание поста
Понедельник	8:00	развлекательный	Картинки/видео о путешествиях
	17:30	познавательный	Прямой эфир со стройки
	20:30	рекламный	Цены на номер
Вторник	8:00	развлекательный	Смешная картинка
	17:30	конкурс	Розыгрыш карты постоянного гостя
	20:30	познавательный	Интервью у строителя
Среда	8:00	развлекательный	Мемы
	17:30	рекламный	Описание турбазы в целом
	20:30	развлекательный	Картинки/видео о путешествиях
Четверг	8:00	познавательный	Фото команды
	17:30	конкурс	Скидка на номер
	20:30	развлекательный	Смешные случаи со стройки
Пятница	8:00	познавательный	Прямой эфир со стройки
	17:30	конкурс	Опрос что хотят выиграть
	20:30	развлекательный	Картинки/видео о путешествиях
Суббота	8:00	рекламный	Акция
	17:30	познавательный	Рассказ о турбазе (название/место)
	20:30	развлекательный	Смешная картинка
Воскресенье	8:00	развлекательный	Мемы
	17:30	познавательный	Тизер что будет на турбазе
	20:30	развлекательный	Картинки/видео о путешествиях
Рекламный	3 в неделю		
Познавательный	6 в неделю		
Развлекательный	9 в неделю		
Конкурс/опрос	3 в неделю		

КОНТЕНТ и АЛГОРИТМЫ СОЦСЕТЕЙ



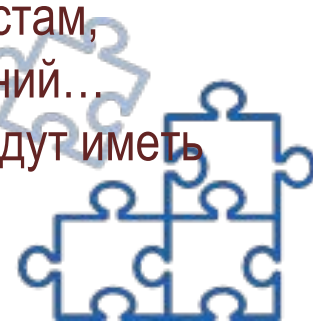
2020 - СТОРИС, ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННАЯ ЛЕНТА, НАТИВНАЯ РЕКЛАМА, ЧЕЛОВЕЧНОСТЬ БРЕНДОВ, ТОЛЕРАНТНОСТЬ, СТРИМЫ – ОТКРЫТОСТЬ, СЛОЖНЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ КОНТЕНТ, ОТВЕТСТВЕННЫЙ АВТОРСКИЙ КОНТЕНТ, АЛГОРИТМЫ и ПРАВИЛА СОЦСЕТЕЙ

“КОНТЕНТ – это ТО СОДЕРЖАНИЕ, которое может быть выражено через речь, текст, видео, т.е. через любой из передающих элементов и каналов”.

Почему контент важен?

- *Представьте, что вы пришли к другу в гости, и он угостил вас кофе. О чём вы подумаете в этот момент? О кружке или о кофе? Вы подумаете о напитке, который вы пьете, его вкусе, температуре и пр. Так и в текстах, в контенте. Чашка обозначает канал коммуникации, напиток – это контент. То есть, люди больше думают о контенте, чем о каналах коммуникации, именно поэтому он так важен...*
- Т.Е. сегодня соцсети предъявляют к контенту – и прежде всего в текстах, к словесному выражению содержания определенный алгоритм требований... И если ваши тексты будут соответствовать этим требованиям, то они будут иметь преимущества в положении общей ленты...

Хотя, конечно, в каждой соцсети работаем по разному!



СТРАТЕГИИ

представления бизнеса в соцсетях



БЮДЖЕТНЫЙ СПОСОБ

- Создание сообщества на основе **экспертности** (узнаваемое оформление личной страницы, свой стиль)
- Органический и виральный охват (**лайки и репосты**)
- Тематическое «прогревание» аудитории (**вовлекающие, информационные тексты, дискуссии, анкетирование, конкурсы**)
- Преобладание продвижения через органический охват (**тексты нравятся другим!**)
- **Медленное** формирование комьюнити (сообщество по интересам)

ЗАТРАТНЫЙ СПОСОБ

- **Платный** охват, «накрутка» [Bosslike](#)
- Содержательный и визуальный захват, приемы и техники **агрессивного маркетинга**
- Использование различных приемов увеличения охвата (**вовлекающий, развлекательный, вирусный контент**, френдинг, таргетинг, парсинг)
- **Рассказы о кейсах, сториз, выходы в прямой эфир, работа с фанатами и с возражениями, пользовательский контент (отзывы)**
- **Быстрый** рост подписчиков
- **Высокая стоимость** рекламы и продвижения, аутсорсинг

КАК ПОНРАВИТСЯ ЛЕНТЕ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

КАЧЕСТВО

- Instagram

(длинные подписи под постами, вовлекающие сторис, прямые эфиры)

- Facebook

(Дискуссии, лонгриды, видео, загруженное через FB, комментарии)

- Статистика
(внутренняя)

РЕГУЛЯРНОСТЬ

- Продажи
- Развитие бренда
- Коммуникация и со своими сообществами
- Использование алгоритмов публикации
- Сторис
- Статистика

НЬЮСДЖЕКИНГ

Ньюсджекинг – «паразитирование» на всеобщих поводах:

- Коронавирус
- Как спасти свой бизнес
- Новости о всемирно известных людях (селебрети)
- Подрыв лент актуальными и общепопулярными информационными поводами
- Вовлечения...





ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ (вспомним ЖЦ потребителя)

- Работа НЕ с демографическими показателями ЦА
- Подумайте, почему и благодаря чему люди могут заинтересоваться вашей информацией – триггерами могут стать боли, страхи, мечты, прогнозы, ожидания, дискуссионные темы и т. Д.
- Инструментальный таргетинг – по локации
- 8 - 20 – 30 касаний перед первой покупкой – децентрация!!!
- Как будет реагировать потребитель на каждом этапе цикла – что его будет останавливать...

КРИТЕРИИ АНАЛИЗА

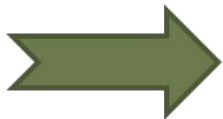
ОХВАТ



ЗАХВАТ



ПОДОГРЕВ



ПРОДАЖА



Воронка соцсетей



AIDA – СТРУКТУРА ТЕКСТА

• **Сейчас я приведу шаблон продающего текста, который устроит 99% заказчиков текстовых бирж.** Звучит прямо как «сейчас я на ваших глазах вытащу из шляпы кролика». **Шаблонный пример продающего текста.** Итак, что бы нам такое сегодня продать? Пусть это будет гламурное собачье пончо. Текст начинаем с заголовка, который содержит название товара или услуги.

- **Великолепное собачье пончо для вашего любимца**

• **Ваша собачка мерзнет на прогулке?** Далее обозначим проблему.

• **Приходится носить ее на руках? Дома песик чихает? Пора согреть любимца и подарить**

• **ему комфорт и хорошее настроение!** Пока незадачливый владелец чувствительной животинки сокрушенно кивает головой, мы предлагаем решение.

• **В нашем магазине вы найдете чудесный ассортимент теплых, удобных и модных пончо, подходящих для собак всех пород и возрастов.** Потенциальный клиент возрадовался и уверовал в силу пончо. Теперь нужно уговорить его сделать покупку именно здесь и сейчас. Для этого расписываем преимущества товара, хвалим ассортимент и обещаем низкие цены.

• **Наши пончо – самые что ни на есть пончо! Они пошиты из шкур элитных кракозябр и подвергнуты трехступенчатой сертификации качества.** Кроме того, у вашего любимца ни за что не возникнет аллергия, поскольку все пончо гипоаллергенны и безопасны для здоровья людей и животных. В каталоге представлены модели всевозможных расцветок и фасонов. Недавно поступили пончо из новой коллекции: торопитесь сделать покупку по выгодной цене! А что, если читателю не нужны пончо? Ну вдруг! Надо предложить альтернативу.

- **Также в продаже имеется профессиональный корм для животных. Возможна доставка на дом.** Под конец рекомендую упомянуть прекрасный сервис и одно из преимуществ фирмы – например, бесплатную доставку.

• **В компании "Пончо Плюс" вас и вашего питомца ждет исключительно внимательный сервис. Мы предлагаем бесплатную доставку пончо до двери по всей Московской области.**

И приглашение/призыв к действию.

- **Звоните и заказывайте! Мы рады каждому покупателю!**

Несмотря на то, что цель любого рекламного текста – нахвалить и продать товар, у каждого клиента имеются свои соображения, как это нужно делать. Кто-то ценит юмор и креатив, а кто-то **жанжа** считает этичным только деловой стиль. Посему перед тем, как браться за написание текста, уточните у заказчика следующие моменты (если информации мало или нет в техническом задании):

- от какого лица писать текст (от первого или третьего);
- какой стиль предпочтителен (строгий, игривый, дружелюбный, агрессивно продающий)



Собственные хэштеги

- *Хэштег – инструмент бесплатного продвижения Вашего аккаунта в инстаграм. Он представляет из себя слово со знаком #, которое Вы публикуете в посте.*
- Как Вы знаете, с помощью хэштегов можно искать посты, поэтому в них можно указывать тему поста, профиля, вид деятельности и геопозицию.
- **Типы хэштегов 3 стр. - АНАЛИЗ КОНТЕНТА**

ПЛАНИРОВАНИЕ



- МАТРИЦЫ КОНТЕНТА
- КОНТЕНТ – ПЛАНИРОВАНИЕ: КОНТЕНТ - ПЛАН
- ЧЕРЕДОВАНИЕ ФОРМАТОВ
- МИКСОВАНИЕ ВИДОВ ПОСТОВ
- СОЗДАНИЕ БИБЛИОТЕКИ КОНТЕНТА
(рекламный, пользовательский, имиджевый, образовательный, информационный, вовлекающий)
- ИДЕИ ДЛЯ ПУБЛИКАЦИЙ
- ЧАСТОТА ПУБЛИКАЦИЙ (3 – 10 в неделю посты, 3-4 сторис, 1 – 2 лайва в месяц)
- КАК ОЦЕНИВАТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ?
Вовлеченностью!!!

Приглашение от меня...

- MarketingMoll -
<https://vk.com/club189728242>
- **ОНЛАЙН-ПРОФЕССИОНАЛ:**
РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА В СЕТИ – чат
для вопросов ДЗ

РЕФЛЕКСИЯ

ЗНАЧЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ ЗАНЯТИЯ

1. Приму к сведению...
2. Возможно использую в дальнейшей работе...
3. Для меня этот вопрос является мега актуальным!
4. Хочу сказать об этом и скажу!!!

